行业期刊新媒体编辑应塑造“工匠精神”

摘　要：随着新媒体技术的不断发展，传统媒体向新媒体转型成为大势所趋。在这种形势下，行业期刊新媒体编辑如何提高自身素养成为一个重要的研究课题。本文对行业期刊新媒体特殊性、行业期刊新媒体编辑在转型中遇到的挑战、存在的误区等方面进行了剖析，探索行业期刊新媒体编辑应如何加强自身修养，以精益求精的“工匠精神”不断迎接新媒体时代的新挑战。

关键词：新媒体；行业期刊；编辑；能力；素养；工匠精神
中图分类号：G213　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）07-088-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.07.028

文 / 潘文峥

引言

当今时代，新媒体以其实时性、交互性等特性，获得了广泛的受众群和普遍的接受率，与新媒体相关的信息产业炙手可热、迅猛发展，新媒体的冲击，对传统媒体的阅读率、影响力和受众数量产生了巨大的影响。为走出发展困境和低谷，大部分传统媒体开始学习利用新媒体技术和优势，走向新媒体转型发展或与新媒体融合发展之路。与其他传统媒体相比，行业期刊因其专业性、深度性和针对性，在新媒体发展时代，面临着更大的困难及挑战，需要有更积极的创新思路和工作路径，以实现行业期刊的长期发展。

1. 行业期刊新媒体的特殊性

我国的行业期刊涵盖多种行业，有许多种类，行业期刊由于与行业发展关系密切、相辅相成，与其他新媒体相比，行业期刊新媒体在信息源、受众及内容等方面都有其特殊性。

信息源具有权威性。行业期刊新媒体往往以行业期刊为依托，行业期刊出版模式成熟、审校严格、风格稳定等特点也在其新媒体中有所体现，行业期刊多年来积累的权威力和公信力，自然而然地承接到其新媒体中，受到受众的认可和追随。

内容更有专业性。由于行业期刊新媒体的“行业”属性，决定了其发布信息必定与其所在行业相关，因而内容上天然带有专业性。例如，《中国安全生产》杂志新媒体发布的信息，内容均与安全生产行业相关，具有很强的专业性。

受众更有稳定性。受发布内容专业性的影响，与其他新媒体相比，行业期刊新媒体的受众往往是某一行业的从业者或关注者，受众通过阅读，可以从行业期刊新媒体获得自身需要的、最新的行业信息、思想、知识、技术等，并从重获益，因而行业期刊新媒体的受众往往稳定在一定的范围之内。

2. 编辑在行业期刊新媒体转型发展中遇到的挑战

新媒体技术的不断进步，对传统行业期刊的发展造成了巨大的冲击，打造传统期刊的新媒体发展平台、不断促进媒介融合化发展成为众多行业期刊未来发展的首选方向。面对新的形势，传统的编辑思维和工作方式已经难以适应未来期刊发展的要求，行业期刊编辑在期刊新媒体转型发展过程中面临着前所未有的挑战。

媒介符号和技术手段的多元化。在新时代到来之前，传统媒体的发展模式是利用相对单一的媒介实现内容的生产，以传统行业期刊为例，其媒介符号主要是图片和文字；而新媒体时代的到来，打破了这种单一、固化的格局，行业期刊的新媒体信息发布需要融合利用文字、图片、音频、视频等媒介符号来实现。在“信息轰炸”时代，编辑只具备单一的文字或图片媒介符号运用能力，显然是不能“抓住”读者的，要想“抓住”读者，就需要编辑具备使用多种媒介符号、利用新兴的数字信息技术整合文字、图片、音频、视频等媒介符号进行整合后通过某一种终端或网络传送，并根据不同媒介形态特点进行内容策划的能力。

传播者本位与“用户中心”的对抗。在传统媒体时代，信息控制权牢牢掌握在编辑手中，这体现了大众传播时代的议程设置功能。新媒体时代的到来，使得受众的参与度和地位大大提升，新媒体技术的发展使得越来越多的受众成为了信息的生产者，自媒体的“异军崛起”使得越来越多的受众通过各种新媒体平台发表自己的观点、理论，另外，新兴技术改变了受众的阅读习惯，选择空间不断增大，获取信息的自主权和能动性空前提高，因此，编辑在传播过程中的议程设置功能在不断降低，在内容生产过程中，“用户中心”和需求导向逐步成为新的编辑理念，这就给行业期刊的新媒体编辑带来了新的挑战。如何将信息推送与用户定制相结合，为用户定向推送小众化、专业化、个性化的信息成为行业期刊新媒体编辑需要探讨和研究的新课题。

编辑的工作方式发生转变。在传统媒体时代，行业期刊的出版流程是将编辑、印刷、发型各个环节通过纵向一体化的方式连成一体。新媒体时代的一个突出特点是“快”，在“快”的要求下，原有出版流程已经不能适应新媒体时代的信息生产模式，新媒体时代的行业期

刊编辑流程需要全面一体化，这种全面一体化将会给编辑队伍的组织、编辑内容的策划、信息的选用和加工、制作、发布等各个环节都带来变化。此外，新媒体时代增强了编辑与受众之间的互动性，编辑除了为受众提供内容之外，又增加了与受众沟通互动，如何在编辑环节增强受众的参与性、如何做好与受众的沟通互动、如何在与受众的互动中收集数据分析受众需求成为行业期刊在新媒体转型过程中评判编辑能力的一个新的标准。

3. 目前行业期刊新媒体编辑工作中存在的误区

随着新媒体技术的不断发展和行业期刊新媒体转型的不断深入，行业期刊的功能和作用也在发生着深刻的变化，与此同时，受到机制、体制及政策的影响，行业期刊新媒体编辑在工作中还存在着一些误区。

一味迎合受众。新媒体朝着鼓励人人参与的方向发展，用户的地位也在不断提升。由于许多行业期刊的新媒体编辑是由传统期刊编辑转型而来，对新媒体的认识方面不够全面，再加之受到经济利益的驱使，认为新媒体就是在信息发布中添加音频、视频内容，甚至为吸引读者，将严肃的内容娱乐化；为吸引眼球，导致“标题党”横行。

逐渐弱化“把关人”角色。传统媒体时期的编辑生产过程中，编辑具有绝对中心地位，扮演着“把关人”的角色。在新媒体时代，用户在社会传播链条中地位上升，编辑逐步转变为为用户提供信息的“中介”，行业期刊新媒体编辑的“把关人”角色不断弱化，为用户提供信息服务的角色逐渐加强，主要表现在编辑功能在信息的过滤和加工环节上的缺位，在一定程度上让虚假信息和不实信息有了可乘之机。有的编辑为了追求速度，信息发布过于“粗放”，不加整合、编校，放弃了内容质量。

4. 行业期刊新媒体编辑如何加强自身素养

新时代，行业期刊新媒体编辑不但要具备传统编辑应具备的职业素养，还需要在跨学科知识、跨媒体技能、跨文化思维等方面不断加强自身修养，以精益求精的“工匠精神”不断迎接新媒体时代的新挑战。

首先，要练就去伪存真的慧眼。新媒体时代，信息来源更加丰富，传播速度不断加快，大多数受众无暇辨别和考证信息的真伪。受到传统媒体时代行业期刊“专业性”与“权威性”惯性的影响，受众更加信任行业期刊新媒体发布的信息，因而行业期刊新媒体编辑必须要练就一双去伪存真的慧眼，严格把好政治关、事实关、文字关和技术关，坚持专业性和权威性，自觉抵制庸俗、低级和造假的信息。

其次，要具有丰富的知识储备。“术业有专攻”，与社会类新媒体相比，行业期刊新媒体更加专业化，关注用户更加集中于相关行业领域，受众的需求具有精准性和专业性，其中不乏一些行业精英，这就要求行业期刊新媒体编辑对其专业领域内的知识具有深入了解，不断加强学习，不断地对专业知识进行更新，充实自身的知识储备。

第三，要有较强的加工能力。在新媒体时代，行业期刊的新媒体编辑面对的受众范围更加广泛，不同层次的受众对行业期刊新媒体编辑提出了不同的要求。针对具有深度阅读需求的受众，编辑需要具备收集行业领域内碎片信息并将其进行梳理、分析、整合、加工、综述的能力。针对具有普及性阅读需求的受众，编辑要具备将专业内容科普化的能力，即充分利用文字、图片、音频、视频等表现方式，将专业内容以通俗易懂的形式进行表达。

第四，具备熟练掌握各种新媒体技术的能力。在新媒体时代，内容的表现形式更加丰富，这就要求编辑更加具有“精品意识”，行业期刊新媒体编辑必须加强对新媒体技术学习，能够熟练运用各种新媒体技术，熟练掌握文字、图片、音频、视频等信息的编辑处理技术，在信息发布过程中，使得多种媒体素材有机结合，有效输出。

第五，兼具信息“把关”和论坛“主持”能力。在新媒体时代，受众的参与度越来越高，新媒体编辑与受众的关系越来越密切，行业期刊新媒体编辑的主要任务是根据受众的需求，从新媒体数据库的海量信息中提取行业相关素材和信息，运用梳理、分析、深度加工等手法，对信息进行编排、组合，并通过新媒体平台发送到受众手中，提升原有信息的价值或创作心得价值。这就需要行业期刊新媒体编辑不但要具备信息“把关”的能力，还要具备论坛“主持”的能力，能够有效组织受众进行探讨，与受众进行对话，能够从中获取信息并加以整理，体现编辑“主持人”价值，对发布信息进行优化。

结语

新的时代提出新的要求，新媒体编辑素养的高低对行业期刊的新媒体内容的质量，对行业期刊新媒体的发展有着十分重要的影响。行业期刊要提高其新媒体竞争力，就必须培养一支具有高素养、具有“精品意识”和“工匠精神”的新媒体编辑队伍，只有这样，才能保证行业期刊在新媒体转型之路上得到持续、稳定、健康发展。媒

参考文献

[1] 杨嫚 . 新媒体内容生产与编辑 [M]. 重庆：西南师范大学出版社，2016.
[2] 陈晓堂 . 科技期刊新媒体编辑应加强自我修养 [J]. 编辑学报，2017（06）.
[3] 詹新惠 . 新媒体编辑 [M]. 北京：中国人民大学出版社，2013.
[4] 丁婷婷 . 驾驭新媒体的编辑职业素养探寻 [J]. 记者摇篮，2016（03）.
[5] 刘萍 . 融合背景下的行业媒体发展路径 [J]. 新闻研究导刊，2016（09）.

（作者单位：国家安全生产监督管理总局信息研究院《中国安全生产》杂志）